

施克松让崇明水仙重新香飘万家



本报记者 孙云 文 陈梦泽 摄

水仙之美,沁人心脾。施克松四代同堂的大家庭,就住在一片水仙花海中。晨起暮归,扑面而来的,便是醉人的花香。

曾是沪上四大花卉家族

来到年纪比施克松还大的合兴镇施家祖宅,附近的村民几乎都姓施,“克”字辈的男丁就有 40 余人,在村里碰到他们闲聊起来,话语中不断出现一个词组:施家花厢。

88 岁高龄的施克松母亲说,从 1930 年开始,合兴镇 20 多户施家族人便开始种植水仙。每到冬季,便乘船甚至包船摆渡到上海市区的城隍庙等地,将球根和盛开的水仙花鲜切花沿街叫卖,施家花厢成为与宝山等地的赵家菊花、俞家康乃馨、林家小盆栽齐名的沪上四大花卉家族,水仙花远销全国各地,还卖到了日本、美国。

新中国成立后,施家花厢改制为合兴园艺场,施克松的父亲担任总账会计,经常北上京城卖水仙,十几岁的施克松也常跟着母亲一起在园艺场里剥水仙球。可惜的是,1967 年后,水仙花田被改为果园,施家族人户口本上的“成分”一栏也从花农改为了果农。很快,崇明水仙这块金字招牌便凋敝了,市场被漳州水仙垄断。

跑遍全岛寻回优良品种

1980 年,崇明重新开始培育水仙,从漳州等地购入种球,施克松也分到 180 斤,然而,外地品种水土不服,三年种下来,大家又打消念头,改为从事其他行当。施克松却始终没放弃,在骑车去各家各户收购鲜切花的同时,他细心地在笔记本上记下了每户的种植情况,并在对比中发现,本地品种更有优势。

2002 年,与父亲一起搞绿化工程的长子施豪突然问了父亲一句:“你还想种水仙吗?如果你再不种,崇明水仙看来真要彻底断了。”这句话勾起了施克松心中沉淀已久的愿望,再加上搞绿化有了经济基础,施克松父子下定决心,拿出 5 万元,从抢救种球开始,打算再创辉煌。

施克松翻出当年的笔记本,用了七天,挨家挨户找上门,此时,原本种植水仙的六七十户人家只剩下三户还在种植,而且,规模都很小,一共只收来 500 公斤种球。他在岳父住的村里租了 3 亩地,动了很多脑筋,博采众家之长,开始培育水仙。最初的几年自然很艰苦,和父子俩一起下地种水仙的妻子也抱怨过。不过,父子俩齐心协力,从来没打退堂鼓。

坚持不懈创花头数纪录

熬过最初几年,恰逢政府开始扶持花卉种植,向化镇看到水仙花潜力,10 天内完成土地流转,把施克松父子俩请到镇里建基地,一下子扩大了他们的规模。改良品种也在差不多同时获得了成果,施克松种出的崇明水仙不仅恢复了原有的香味扑鼻特征,而且,根系比漳州水仙还要粗壮,球茎饱满肥硕,花头数量远超漳州水仙,创下一球 30 箭的惊人纪录。

2010 年,水仙花第一次开花上市时,花市的老板都不相信眼前所见是崇明水仙,认为施克松是用漳州水仙冒充,有些人则不看知名度不高的崇明水仙。不过,随着它先后走进 2010 年台北国际花卉博览会等重量级展会,用灿烂身姿征服了越来越多的顾客,施克松注册的“施家花厢”品牌越来越响亮,如今已在全市 15 个花市销售,他的小儿子和大儿媳还办起淘宝网,把崇明水仙远销各地。最近,他们一家人正为参加在上海农展馆举行的新春农副产品大联展而忙碌着,让崇明水仙香飘世界,是全家的新年心愿。



▲ “施家花厢”品牌倾注了施家人的全部心血

◀ 小儿子在淘宝上开设了网店销售崇明水仙



■ 崇明水仙装在透明花瓶里,方便观根,还可养鱼,深得顾客喜爱



■ 施克松与大儿子全身心致力于崇明水仙的种植



施克松,崇明岛上大名鼎鼎的水仙复兴带头人,而他们一家与崇明水仙的缘分,则是从施克松的曾外祖父开始的。今年 59 岁的施克松,是中国最大复瓣水仙花基地——上海百叶水仙花合作社的理事长,他注册的“施家花厢”品牌越来越响亮。